

Phát triển OCOP thành thương hiệu Việt Nam, đạt chuẩn quốc tế trên thị trường toàn cầu

15:07 04/07/2025

Phó Thủ tướng Trần Hồng Hà mong muốn phát triển các sản phẩm OCOP mang thương hiệu Việt Nam được bảo vệ và quảng bá bằng chính sách phù hợp. Mỗi sản phẩm cần có câu chuyện riêng, gắn với văn hóa, lịch sử, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi số...

Ngày 4/7, Phó Thủ tướng Trần Hồng Hà chủ trì cuộc họp cho ý kiến đối với đề xuất sửa đổi Bộ tiêu chí và quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm thuộc Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) cho phù hợp với mô hình tổ chức chính quyền địa phương 2 cấp.



Phó Thủ tướng Trần Hồng Hà yêu cầu xây dựng Chương trình OCOP bài bản, dài hạn, gắn với chuyển đổi số và thương hiệu quốc gia -
Ảnh: VGP/Minh Khôi

Chương trình OCOP đã bước sang một giai đoạn mới

Phó Thủ tướng đánh giá, từ khi triển khai, nhờ các chính sách và sự quan tâm của địa phương, chương trình OCOP đã có tác động sâu sắc, nâng cao chất lượng sản xuất, thương mại hóa hàng hóa nông sản, đưa sản phẩm Việt Nam đến với thị trường trong và ngoài nước. Đây là chương trình có ý nghĩa rất lớn, góp phần gia tăng giá trị sản phẩm của nông dân, giúp họ từng bước tham gia vào thị trường toàn cầu.

Đến nay, Chương trình OCOP đã bước sang một giai đoạn mới, vì vậy, Quyết định 148 cần được hoàn thiện hơn nữa, phù hợp với năng lực quản lý của địa phương, nhằm phát huy hết giá trị, sứ mệnh mà Chương trình OCOP mang lại.

Theo Phó Thủ tướng, bên cạnh đề xuất sửa đổi của Bộ Nông nghiệp và Môi trường, một vấn đề lớn hơn được đặt ra là bảo đảm chất lượng, an toàn thực phẩm, bảo hộ sở hữu trí tuệ và thương hiệu cho sản phẩm OCOP còn nhiều bất cập.

Phó Thủ tướng mong muốn cuộc họp sẽ đưa ra các giải pháp cụ thể, trong đó cần tính toán đến trách nhiệm của Nhà nước trong việc hỗ trợ cộng đồng, địa phương xây dựng sản phẩm OCOP đi kèm với tiêu chuẩn, quy chuẩn rõ ràng. "Mỗi địa phương một sản phẩm, nhưng tất cả phải đạt chuẩn về chất lượng, phải mang giá trị hàng hóa".

"OCOP không thể chỉ là sản phẩm địa phương, mà phải trở thành sản phẩm đại diện cho thương hiệu hàng hóa Việt Nam. Bất kể sản phẩm đó do hộ gia đình, hợp tác xã hay một cộng đồng nhỏ sản xuất, nếu đạt chuẩn quốc gia thì phải được Nhà nước bảo vệ thương hiệu và hỗ trợ phát triển ra thị trường quốc tế. Điều này đòi hỏi phải có sự thống nhất trong xây dựng thương hiệu quốc gia cho sản phẩm OCOP – để khi bước ra khỏi biên giới Việt Nam, đó là "OCOP Việt Nam", là hàng hóa quốc gia", Phó Thủ tướng trao đổi.



Nhiều ý kiến cho rằng việc hoàn thiện khung pháp lý và đầu tư bài bản cho OCOP sẽ góp phần nâng cao giá trị nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế - Ảnh: VGP/Minh Khôi

Ý nghĩa và vị thế đặc biệt

Báo cáo tại cuộc họp, Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Môi trường Trần Thanh Nam cho biết, tính đến thời điểm hiện tại, cả nước có 16.855 sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên, trong đó 76,2% là sản phẩm 3 sao, 22,7% là 4 sao và 126 sản phẩm đạt 5 sao – được công nhận là sản phẩm quốc gia. Có tổng cộng 9.822 chủ thể OCOP, trong đó 32,9% là hợp tác xã, 25,3% là doanh nghiệp nhỏ, 33,5% là hộ sản xuất, cơ sở kinh doanh và phần còn lại là tổ hợp tác. Đáng chú ý, có tới 40% chủ thể là phụ nữ và 17,1% là người dân tộc thiểu số. Hiện hơn 3.000 hợp tác xã đã tham gia sản xuất sản phẩm OCOP, cho thấy tính lan tỏa của chương trình.

Sản phẩm OCOP không chỉ góp phần phát triển sản xuất nông nghiệp, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc giữ gìn bản sắc văn hóa, phát huy tri thức bản địa. Nhờ bộ tiêu chí rõ ràng và quy trình đánh giá chặt chẽ, các sản phẩm OCOP ngày càng đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm, mẫu mã thân thiện môi trường và phù hợp với thị trường trong nước, quốc tế.

Bên cạnh những kết quả nổi bật, nhiều sản phẩm OCOP gặp khó khăn do thiếu vùng nguyên liệu ổn định, hạn chế trong ứng dụng công nghệ, khó tiếp cận tín dụng đầu tư – trong khi phần lớn chủ thể OCOP là cơ sở sản xuất nhỏ lẻ. Thực tế

này đòi hỏi chính sách hỗ trợ cụ thể từ các cấp chính quyền để các doanh nghiệp, hợp tác xã có thể đầu tư máy móc, nhà xưởng, công nghệ bảo quản, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng và truy xuất nguồn gốc.

Đáng chú ý, trong thời gian qua, một số siêu thị quốc tế đánh giá cao sản phẩm OCOP Việt Nam song phản ánh nguồn cung còn hạn chế. Do đó, thay vì chạy theo số lượng, chương trình hướng đến nâng cao chất lượng, tăng tính đặc thù, giá trị văn hóa và khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Với tầm nhìn dài hạn, Bộ Nông nghiệp và Môi trường nhấn mạnh định hướng phát triển OCOP thành thương hiệu quốc gia – không chỉ là sản phẩm của từng thôn, xã – mà được bảo hộ sở hữu trí tuệ, có hệ thống quảng bá và chính sách hỗ trợ mở rộng thị trường. Việc hoàn thiện khung pháp lý và đầu tư bài bản cho OCOP sẽ góp phần nâng cao giá trị nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Nhằm đảm bảo sự thống nhất trong tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP 3 sao (trước đây thuộc thẩm quyền cấp huyện), Bộ Nông nghiệp và Môi trường kiến nghị sửa đổi, bổ sung một số nội dung tại Quyết định 148 theo hướng chuyển nhiệm vụ đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP 3 sao từ cấp huyện lên cấp tỉnh thực hiện.

Tại cuộc họp, lãnh đạo một số bộ, ngành, địa phương cho rằng hoạt động đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP 3 sao mang tính chuyên môn có ảnh hưởng đến chất lượng, uy tín sản phẩm và cần đảm bảo tính thống nhất, khách quan. Việc giao quyền về cấp xã chỉ nên thực hiện nếu địa phương đáp ứng đủ năng lực cán bộ, tổ chức và kinh nghiệm thực tiễn (như TPHCM), trong khi các địa phương khác tiếp tục giữ ở cấp tỉnh, hoặc thực hiện ủy quyền cho sở chuyên môn, đảm bảo linh hoạt nhưng không buông lỏng chất lượng.



Phó Thủ tướng thống nhất quan điểm sản phẩm OCOP từ 3 sao trở lên nên do cấp tỉnh thực hiện trong giai đoạn hiện nay, "muốn nâng giá trị thương hiệu thì phải có tổ chức uy tín đánh giá" – Ảnh: VGP/Minh Khôi

Chủ tịch Tổng hội Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam Hồ Xuân Hùng bày tỏ ủng hộ phương án giao thẩm quyền đánh giá sản phẩm OCOP 3 sao cho cấp tỉnh, bởi đây là hướng đi phù hợp để bảo vệ uy tín và giá trị của thương hiệu OCOP – vốn được định vị là thương hiệu quốc gia. Thực tế đã có những sản phẩm OCOP được lãnh đạo cấp cao mang đi làm quà tặng đối ngoại, khiến cả vùng, cả xã phấn khởi và tự hào. Điều này cho thấy ý nghĩa và vị thế đặc biệt của sản phẩm OCOP, không chỉ về mặt kinh tế mà còn mang giá trị tinh thần, văn hóa.

"Ba sao mà được tỉnh công nhận là mừng lắm. Có thể vất vả một chút nhưng phải chấp nhận để nâng giá trị sản phẩm", ông Hồ Xuân Hùng nói.

Tuy nhiên, dù có phân cấp hay không, việc ban hành tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP cần được thực hiện theo cách tiếp cận dài hạn, có căn cứ pháp lý rõ ràng, tiêu chí minh bạch và hướng dẫn đầy đủ nhằm tránh tình trạng "vừa làm, vừa điều chỉnh" cũng như đánh giá cảm tính, thiếu nhất quán.

Kết luận cuộc làm việc, Phó Thủ tướng Trần Hồng Hà nhấn mạnh: Sản phẩm OCOP cần được nhìn nhận như một thương hiệu quốc gia, không chỉ dừng lại ở quy mô địa phương. Do đó, việc tổ chức đánh giá, công nhận phải đảm bảo tính chuyên môn, khách quan, liên ngành và nhất quán, gắn với tiêu chuẩn, quy

chuẩn chất lượng cao.

Về thẩm quyền đánh giá, Phó Thủ tướng thống nhất quan điểm sản phẩm OCOP từ 3 sao trở lên nên do cấp tỉnh thực hiện trong giai đoạn hiện nay, "muốn nâng giá trị thương hiệu thì phải có tổ chức uy tín đánh giá". Trong trường hợp phân cấp cho xã thì các địa phương phải có đề án riêng, đảm bảo điều kiện tổ chức, con người, kiến thức và cơ chế phối hợp.

Phó Thủ tướng yêu cầu Bộ Nông nghiệp và Môi trường khẩn trương tiếp thu, hoàn thiện Dự thảo sửa đổi Quyết định số 148, trình Thủ tướng Chính phủ ký ban hành, tránh để xảy ra khoảng trống chính sách sau khi thực hiện mô hình chính quyền địa phương 2 cấp.

Về lâu dài, Bộ Nông nghiệp và Môi trường phối hợp với các bộ, ngành, Tổng hội Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn và địa phương xây dựng Chương trình OCOP bài bản, có tầm nhìn dài hạn, hội tụ đủ các yếu tố như chất lượng cao, an toàn thực phẩm, có giá trị gia tăng, có quy mô thị trường, chỉ dẫn địa lý, thương hiệu, áp dụng chuyển đổi số và công nghệ thương mại điện tử.

"Sản phẩm OCOP phải mang thương hiệu Việt Nam, được bảo vệ và quảng bá bằng chính sách phù hợp. Mỗi sản phẩm cần có câu chuyện riêng, gắn với văn hóa, lịch sử, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi số", Phó Thủ tướng mong muốn và nêu rõ "OCOP phải được triển khai liên tục, ngày càng hoàn thiện. Mục tiêu cuối cùng là xây dựng hàng nghìn sản phẩm Việt Nam đặc thù, khác biệt, đạt chuẩn quốc tế và chinh phục thị trường toàn cầu".

Theo báo Chính Phủ